

PENGARUH MIDNIGHT SALE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PARIS VAN JAVA MALL BANDUNG)

Oriza Sativa¹, Dr. A.m.a Suyanto², M.b.a.³

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

¹satudaritiga@yahoo.com



Telkom
University